



### アセアンの生の声を伝える ～東京で海外経済セミナーを実施～

(一財)自治体国際化協会シンガポール事務所 所長補佐 杉田 かわり (東京都派遣)、川俣 英司 (小山市派遣)、中間 将平 (宮崎市派遣)

#### 海外経済セミナー

近年、成長著しい東南アジア市場において、訪日旅行者の増加、日本食ブーム、日本式サービスの進出が進んでいます。そして、多くの自治体が訪日誘客、特産品販売促進、地元中小企業の進出支援などに関心を寄せています。シンガポール事務所では、そうした自治体の活動を支援するため、観光誘客や地域特産品の販売促進に取り組む企業、自治体の海外駐在経験者などを講師として「海外経済セミナー」を開催しています。2018年度も、5月21日、22日の2日間、東京都庁でセミナーを開催し、盛況のうちに終了しました。

#### セミナー概要

シンガポール事務所では、現地で活動する中で得た情報を紹介するため、情報発信に力を入れています。しかし、現地の状況を理解してもらうためには、現地で活動する方に直接接し、経験談を語っていただくことが最も効果的です。そのため、本セミナーでは、日々の活動の中で知り合った現場のトップランナーに講師を依頼し、海外出張の難しい自治体に対しても、最新かつ具体的な生の情報を伝えることのできるプログラムとしてあります。



全国から多くの自治体等職員が参加

#### —プログラム—

【1日目】2018年5月21日(月)午後1時～午後5時30分

##### ■基調講演

「日本食のグローバル化と農産物輸出の展望と課題」前日本大学生物資源科学部食品ビジネス学科教授 日本フードシステム学会顧問 下渡 敏治 氏

##### ■講演

「中小企業世界発信プロジェクト」東京都 産業労働局 商工部 企画調整担当課長 山崎 貴晃 氏

「東京と日本各地の連携による外国人旅行者誘致について」東京都 産業労働局 観光部 観光施策担当課長 齋藤 順 氏

「東京都中小企業振興公社による海外展開のサポートについて」(公財)東京都中小企業振興公社 事業戦略部 国際事業課課長 須崎 数正 氏

「東京都の海外展開事業等について」(地独)東京都立産業技術研究センター 交流連携室 内田 聡 氏

「日本企業とシンガポール企業との連携可能性」シンガポール企業庁 地域代表 ショーン・オン 氏

##### ■海外駐在経験者(自治体職員)による経験談

長野県産業労働部産業立地・経営支援課 中小企業支援係 担当係長 福田 修一 氏 (前 クレアシンガポール事務所 長野県駐在員)

岐阜県商工労働部観光国際局海外戦略推進課欧米誘客係 課長補佐兼係長 加藤 英彦 氏 (元 日本政府観光局(JNTO)シンガポール事務所次長)

【2日目】2018年5月22日(火)午前9時～午後5時15分

##### ■各業界の現地トップランナーによる講演

「Japan Tourism: Challenges & Opportunities」Visit Japan 大使 ショージ・リム氏

「Muslim Japan Travel」Salam Vacation アウトバウンドマネージャー アハマド・ザキ・ビン・ウダ 氏

「agata モデル: 日本産品をシンガポール・ベトナムで販売する5つの出口と取り組み事例」Starmark Holdings Pte. Ltd. 代表取締役 林 正勝 氏

「日本製の商品を海外で販売する atomi の成功要因と、今後の展望」atomi Pte. Ltd. Co-founder アンドリュー・タン 氏

「シンガポール JAPAN RAIL CAFE での訪日プロモーションの取り組み」東日本旅客鉄道(株)シンガポール事務所 シニアマネージャー 和泉 孝斉 氏

「ABCの自治体との取り組みのご紹介」ABC Cooking Studio Worldwide Ltd ディレクター 千先 拓志 氏

##### ■事業紹介

「自治体国際化協会シンガポール事務所事業内容及び経済交流関係事業について」(一財)自治体国際化協会シンガポール事務所 所長 橋本 憲次郎・(一財)自治体国際化協会東京本部 経済交流課 課長 小川 賢司

##### ■意見交換会



農産物輸出の今後の展開について（下渡氏による基調講演）

## 基調講演

今回は、農林水産物輸出について造詣の深い前日本大学教授の下渡敏治氏から講演していただきました。

日本産農産物の輸出は、政府による成長戦略にも重要な柱として位置づけられています。グローバル化が進む中で、日本の魅力や価値を高めていくための1つの手段として、農産物輸出の意義は大きいといえます。

しかし、現在の輸出行動においては食品展、物産展の実施に合わせたスポット的な輸出にとどまっており、これでは市場を確保することができません。通年で市場に商品を提供し続けることが必要ですが、その場合1つの産地に対応することは難しいため、産地間連携が求められます。今後の輸出の拡大のためには、もはやアジアは外国ではないという考えを持ち、国内市場と同様に位置づけることが必要だということでした。

## 1日目の講演

本セミナーでは、2017年から東京都と共催し、東京都の取組を紹介していただいています。今回も、東京都における海外展開支援や観光誘致の取組が紹介されました。都は2020年にオリンピック・パラリンピック競技大会の開催を控え、全国の中小企業に経済効果を波及させるため、「世界発信プロジェクト2020」を実施しています。また、東京を訪問する外国人観光客に地方にも足を延ばしてもらい、日本の多様な魅力を体験してもらうために、各地方と連携した観光誘客に取り組んでいます。

続いて、シンガポール企業庁から、日本とシンガポールの企業の連携可能性について講演していただきました。

シンガポールはさまざまな国籍の企業が拠点を置いており、情報が集まりやすく、ビジネスの機会に恵まれています。現在、多くのシンガポール企業が、オリンピック需要を見込んで観光分野などでの日本進出を検討しており、日本企業には多くの機会があるとのことでした。

1日目の最後には、長野県、岐阜県の海外駐在経験を持つ職員の方から、シンガポールに駐在したからこそ理解できた市場の特色や、行政の支援の在り方についてお話しただくとともに、各県での取組をご紹介いただきました。自身の経験に基づく講演は説得力にあふれており、聴講する自治体職員にとっては大変役に立つ内容でした。

## 2日目の講演

2日目は主にシンガポールをはじめとしたアセアン地域で活躍する講師による講演を実施しました。

ビジットジャパン大使のジョージ・リム氏は、リピーターの獲得について講演しました。日本政府がリピーター観光客の増加を目標として打ち出すなか、自治体が対応すべきは第二の新たな訪問先の開拓です。いまだ埋もれている魅力的な訪問先で、新たな体験を提供していく必要があります。また、食においては生産者の取組など、おいしさの背景となるストーリーに焦点をあて、「おいしいを超えた体験」を提供することにより、旅行者の関心を高めていくことが重要です。そして、ウェブサイト上だけでなく直接コミュニケーションをとって温かみのあるプロモーションを行っていくことが必要とのことでした。

マレーシアの旅行会社Salam Vacationのアハマド・



Visit Japan 大使が提案する次の訪日誘客戦略（ジョージ・リム氏）

ザキ氏には、ムスリム観光客への対応についてご説明いただきました。毎日礼拝をしなければいけないため、礼拝場所を確保する必要があること、日本でハラールレストランを見つけることは難しいが、事前にレストランメニューについて相談することで対応していることなどを、事例を交えながら具体的にお話しいただきました。

ベトナムやシンガポールで日本文化を伝えるための事業を展開している Starmark Holdings の林正勝氏からは、海外で受け入れられる商品開発と、継続的な販売の重要性についてお話しいただきました。海外で売れるのは抹茶羊かんよりも文化距離の近い抹茶チョコレートであり、現地の人の好みに合わせた商品開発が求められること、催事出展は必ずその後の展開につなげることが重要であることが理解できました。

アンドリュー・タン氏はシンガポールで日本産の雑貨や家具を取り扱う atomi を経営しています。競争の激しいシンガポールの小売業界で、成功を収めている要因として、7つの取り組みを紹介しました。シンガポールでは、パルコや楽天といった大手の小売事業者も撤退を余儀なくされており、その中でいかに工夫を重ねていくかが重要だということでした。

東日本旅客鉄道株式会社は、シンガポールで日本旅行好きが集まり、友達のようにいつでも情報を聞ける場所を目指して Japan Rail Cafe をオープンしました。来店したシンガポール人と Face to Face で接するうちにわかったのは、リアルな日本に触れる機会が求められ、疑似体験が効果的であることです。日本について日本人以上に知っている人もおり、教えあうスタンスでコミュニケーションをとることで新たなニーズを引き出すことができ、リピーターは新たな訪問先を探しているため地方についての情報は喜ばれるそうです。

昨年に引き続いての登壇となる ABC クッキングの千先拓志氏からは、自治体との連携事例が数多く紹介されました。食材を売り込みたい自治体にとって、実際に料理し味わうことで食材の紹介をすることのできる料理教室との連携は非常に効果的なのではないでしょうか。

## 意見交換会

本セミナーの最大の特徴は、講師と直接話すことのできる意見交換会を設けていることです。講演内容に関する質問をすることはもちろん、人脈づくりに役立ってい



講義後は講師との活発な意見交換が行われた

ただいおり、毎年好評を得ています。

今回も多くの自治体職員に参加していただきました。観光、商工産業、国際の部署に異動したばかりという参加者もあり、業務の課題を講師に相談しアドバイスを受けていました。また、講師を交えた参加者同士で活発に交流しており、新たなネットワークの構築ができていたようでした。今後の事業展開につながることを期待されます。

## おわりに

今回の海外経済セミナーで印象的だったのは、複数の講師が「ウェブ上での広報、プロモーションは冷たい印象になるため、直接コミュニケーションをとることが必要」と言っていたことです。オンライン戦略が重要であることに変わりはありませんが、日本についてある程度知識のある層もできてきており、いかにリアルに魅力を伝えられるかが問われているといえます。

2017年の農水産物輸出額は過去最高を更新し、訪日外国人客数も4,000万人達成が視野に入ってくるなど、行政、民間の努力の成果が出てきています。しかし、リピーターの獲得、新たな層への訴求、さらなる地域の魅力の発掘、他国との競争、さらに東京オリンピック・パラリンピック後も引き続き日本の存在感を高めていくには何をすべきかといった、新たな課題も生まれてきています。これらに対応していくためには、変化にすばやく対応し、今までの方法を柔軟に転換していくことが求められます。

シンガポール事務所は、課題に立ち向かう地方自治体を支援するため、今後も現地の最新情報をお伝えしていきます。